

Joalheria de Ouro no Brasil: Potencialidade de Mercado

Introdução

O mercado mundial de ouro vem sofrendo significativas transformações, influenciado por fatores como a desvalorização global das *commodities*, a crise financeira mundial, a queda da demanda asiática e os desinvestimentos progressivos dos Bancos Centrais. Como resultado, em 1998, a demanda global de ouro decresceu cerca de 2,5%. Já os preços, em queda desde 1995, atingiram as cotações mais baixas dos últimos 20 anos (US\$ 255/oz), apresentando uma pequena recuperação somente em setembro de 1999.

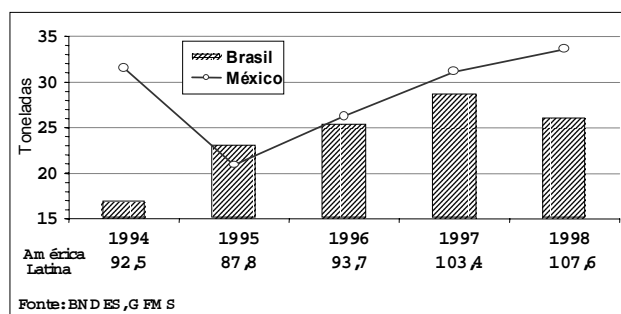
O ouro está perdendo sua importância como reserva monetária e *hedge* financeiro, passando a se caracterizar mais como uma *commodity*, e destinando-se principalmente a fins industriais. Os baixos preços do metal influenciaram direta e positivamente a indústria mundial de joalheria, o mais importante setor industrial demandante de ouro, que absorveu 76,2% do ouro consumido em 1998.

A produção de jóias de ouro vem apresentando um crescimento médio de 4,7% a.a. no período de 1994/98, alavancado pela forte expansão da indústria indiana e de outros países do subcontinente indiano e do Oriente Médio. Em paralelo, observou-se a queda da produção dos países asiáticos (exceto pela China). Esta evolução recente do cenário mundial da indústria de joalheria é abordada de forma mais detalhada no Informe Setorial nº 28, publicado por esta Gerência Setorial.

Contexto Latino-americano

O mercado latino-americano de jóias está em franco desenvolvimento. Ele vem crescendo continuamente, desde 1995, a uma taxa média de 13% a.a., atingindo aproximadamente 145 t consumidas em 1998, quase o dobro do início da década. A maior parte dessa evolução vem da expansão do mercado brasileiro, que praticamente quadruplicou de tamanho no período 1990/98. Sua participação aumentou de 16% em 1990 para 36% em 1998. Em 1995, o Brasil tornou-se o maior mercado na região, superando o México que sofreu uma forte retração no consumo joalheiro em função da crise experimentada em fins de 1994. Contudo, na produção, a supremacia continua sendo mexicana. O Brasil ocupa a 2ª posição, com 26 t produzidas em 1998, o que corresponde a 24% do total da América Latina.

Produção de Jóias de Ouro – Brasil/México



Cenário Nacional

Os principais insumos da indústria de joalheria - ouro e pedras preciosas - são encontrados em abundância e em alto nível de qualidade no território brasileiro. Entretanto, atualmente, essa potencialidade não se manifesta na produção destes produtos. Em ambos, o País poderia ocupar melhores posições no *ranking* internacional. Apesar de o Brasil possuir 60% da reserva mundial de gemas e metais preciosos, as vendas externas não ultrapassam US\$ 600 milhões, sendo aproximadamente US\$ 390 milhões só em barras de ouro.

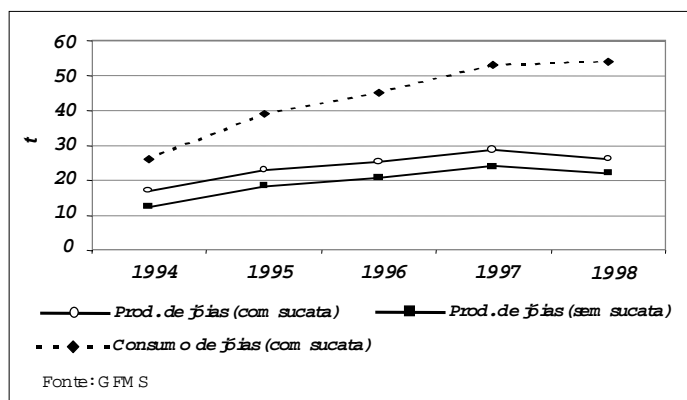
As reservas brasileiras conhecidas (medidas + indicadas) de ouro em subsolo, segundo dados preliminares do DNPM - Departamento Nacional da Produção Mineral, totalizam 1.900 t ou o equivalente a 4,15% das reservas mundiais do metal, para a mesma categoria. Já em relação à produção, o Brasil ocupou em 1998 a décima posição no *ranking* mundial, atingindo apenas 49 t de ouro produzidos. A performance nacional acompanhou o comportamento desta indústria a nível internacional. Os baixos preços do metal inibiram a oferta, tendo a produção primária em 1998 no Brasil sido inferior em 8,9 t à de 1997. Por outro lado, observou-se um expressivo aumento da produção secundária, passando de 4,5 t, em 1997, para 8,5 t de ouro em 1998 produzidos a partir de sucata.

Quanto às gemas, de acordo com informações do IBGM – Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos -, o Brasil representa cerca de 35% da produção mundial, excetuando-se diamantes, safiras e rubis. Entretanto, num

mercado com comércio internacional estimado em US\$ 1,5 bilhão, o país participa com apenas US\$ 80 milhões. Desse modo, nota-se que este setor tem ainda um grande potencial de expansão. Atualmente, o segmento de gemas apresenta uma série de entraves. A exportação, mascarada em números pela alta informalidade presente no setor, concentra-se nos produtos de baixa agregação de valor, pedras preciosas em bruto. O setor caracteriza-se ainda por uma grande pulverização de participantes (garimpeiros, lapidários, etc.), em todos os estágios de sua cadeia produtiva, e pela pequena verticalização das empresas.

Nesse contexto, observa-se o desempenho do setor brasileiro de joalheria nos últimos 4 anos:

Produção e Consumo Nacionais de Jóias de Ouro



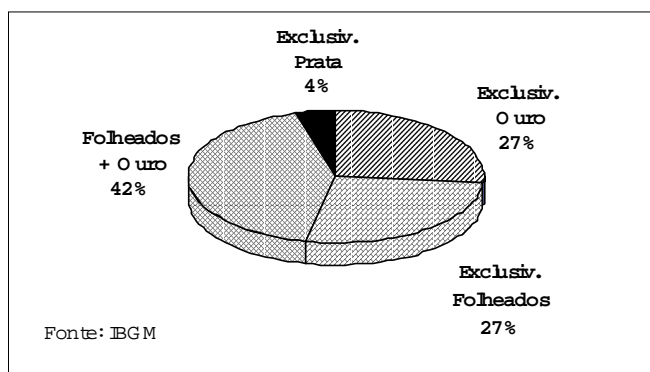
Observa-se que a produção de jóias no Brasil - 26 t em 1998 - representa menos da metade da produção brasileira de ouro, incluindo metal primário e secundário, que alcançou 57,5 t. A produção de jóias apesar do crescimento de 11,5 % a.a. no período 1994/98, ainda é reduzida considerando os potenciais da produção brasileira de ouro e do consumo de jóias. Nos últimos anos, o Brasil mais que dobrou seu consumo de jóias, de 26 t em 1994 para 54 t em 1998, devido à melhoria do poder aquisitivo da população em função do Plano Real e também devido à queda de preço do ouro e consequentemente das jóias.

Indústria de Joalheria no Brasil

A indústria brasileira de jóias é constituída em grande parte por micro e pequenas empresas, que representam cerca de 90%. São 1.200 fabricantes que empregam cerca de 26 mil pessoas. Todavia, a real dimensão da indústria é encoberta pela informalidade, predominante no setor. Embora sem informações atualizadas, o IBGM estima que os estabelecimentos que integram o setor somem 3.500 indústrias de joalheiras e bijuterias, 2.000 oficinas de lapidação e 22.000 empresas comerciais, considerando-se os mercados formal e informal.

O IBGM, com o apoio do World Gold Council e do SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas está concluindo ampla pesquisa com o objetivo de aprofundar o conhecimento sobre o segmento formal da indústria. Espera-se com isso, apurar o perfil da indústria joalheira sob vários aspectos: porte, localização, número de empregados, consumo de ouro e gemas, grau tecnológico e formação dos recursos humanos, entre outros. Em uma segunda fase, a pesquisa irá se estender à indústria de lapidação e ao segmento varejista. Atualmente, o universo de 673 empresas cadastradas apresenta-se com a seguinte distribuição quanto ao segmento:

Participação por Segmento – Empresas cadastradas



Quanto à distribuição geográfica da indústria, os estados de Pará, Minas Gerais e Mato Grosso destacam-se como principais produtores de ouro; na produção de gemas os principais são Minas Gerais, Mato Grosso, Bahia e

Rio Grande do Sul. Os centros de lapidação e de fabricação de jóias localizam-se nos Estados de Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul.

Apesar de não ter a liderança na produção de jóias, o estado do Rio de Janeiro é o maior exportador, respondendo por 75% das exportações de jóias no País, pela presença de grandes empresas do mercado brasileiro, a exemplo de H.Stern e Amsterdam Sauer. O Rio de Janeiro, com 70 empresas cadastradas oficialmente, atuando entre atividades de *design* de jóias e fabricação, concentra aproximadamente 18% da produção nacional, atrás dos estados de Minas Gerais, com 25%, influenciado pela produção de pedras preciosas, e São Paulo, que responde pelo restante do que é produzido no País, devido ao seu parque industrial mais desenvolvido.

Exportações Brasileiras

Estima-se que o comércio internacional movimente cerca de US\$ 7,5 bilhões em jóias, US\$ 5 bilhões em diamantes e US\$ 1,5 bilhão em pedras coradas. As exportações brasileiras neste setor ainda são bastante modestas considerando seu potencial, representando menos de 2% do comércio internacional destes produtos, em valor.

Exportações Brasileiras de Gemas e Metais Preciosos

		US\$ mil			
Cap 71 da NCM	Principais Itens	1995	1996	1997	1998
	Folheados de Metais Preciosos	4.814	5.593	5.532	5.941
	Joalheria de Ouro	18.589	19.506	28.293	25.213
	Obras de Pedras Preciosas	14.020	11.044	10.120	9.007
	Diamantes em Bruto	5.272	5.888	2.568	1.328
	Diamantes Lapidados	42.430	25.758	29.232	11.693
	Pedras Preciosas em Bruto	23.289	27.024	32.968	24.085
	Pedras Preciosas Lapidadas	50.127	54.505	39.113	29.601
	Prata em Bruto, Barras, fios e Chapas	4.389	4.202	6.181	5.182
	Ouro em Barras, Fios e Chapas	359.577	583.044	507.896	388.259
	Joalheria de Prata	332	89	98	207
	Bijuterias	3.572	3.559	4.844	4.764
	Outros Produtos	4.591	1.779	5.821	24.298
	Total	531.002	741.991	672.666	529.578
Via DEE	Pedras Preciosas em Bruto	1.067	571	814	574
	Pedras Preciosas Lapidadas	6.631	6.123	6.398	6.883
	Joalheria de Ouro	15.519	17.243	30.478	30.922
	Folheados e Art.de Pedras e Bijuterias	3.427	9.155	12.577	13.149
	Total via DDE	26.644	33.092	50.267	51.528
Total Exportações Brasileiras		557.646	775.083	722.933	581.106

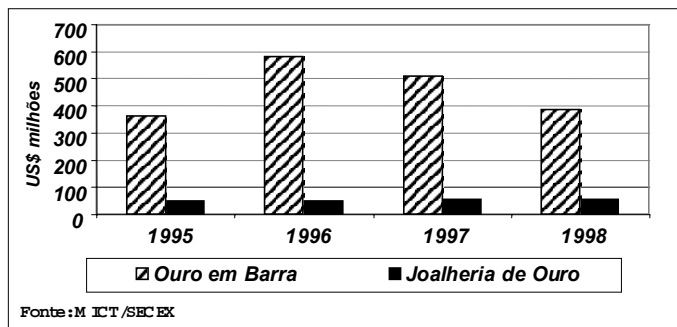
Fonte: MICT/SECEX/DECEX

Às exportações do setor em 1998, deve-se acrescentar US\$51,5 milhões realizadas através do DEE (Documento Especial de Exportações), que são vendas no mercado interno a não residentes no País, em moeda forte, equiparada à exportação. Desse modo, as exportações brasileiras do setor de gemas e metais preciosos atingiram US\$ 581,1 milhões em 1998, com crescimento de 4,2% em relação a 1995. Saliente-se que uma parcela significativa das exportações brasileiras do setor (66,8%) refere-se a ouro em barras demonstrando um perfil exportador de baixa agregação de valor.

Observa-se ainda que especificamente quanto à joalheria de ouro, incluindo-se as vendas de US\$30,9 milhões via DEE, as exportações atingiram US\$56,1 milhões em 1998, com crescimento médio de 18%a.a. no período 1995/98.

Entretanto este valor ainda corresponde a apenas 14,4% das exportações brasileiras de ouro em barras realizadas em 1998, que alcançaram US\$ 388,2 milhões.

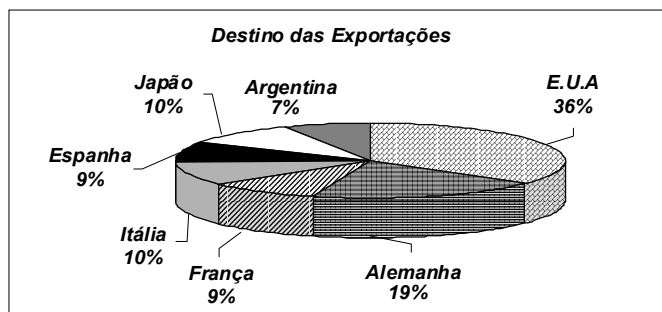
Exportação Brasileira Comparação Ouro em Barra X Joalheria de Ouro



Os principais destinos das nossas exportações de joalheria de ouro são Estados Unidos, Suíça, Argentina e Peru representando estes quatro países 82% das vendas externas. Observa-se que em 1998 as exportações para os Estados Unidos e Suíça decresceram 27% e 21% respectivamente enquanto aquelas direcionadas ao Peru e Argentina apresentaram crescimento de 71% e 145%, demonstrando um maior direcionamento das exportações brasileiras para a América do Sul.

No que se refere às vendas via DEE, os principais destinos são Estados Unidos, Alemanha, França, Itália, Espanha e Japão.

Destino das Exportações Brasileiras de Joalheria de Ouro em 1998



Conclusão

A indústria brasileira de joalheria é ainda pouco organizada, sendo constituída por micro e pequenas empresas que, em sua maioria, não conseguem atingir padrões internacionais de competitividade, sofrendo forte concorrência dos países asiáticos.

De acordo com a pesquisa do IBGM (Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos) sobre o perfil da joalheria brasileira, os principais entraves ao desenvolvimento desta indústria são: tributação excessiva, concorrência do mercado informal, escassez de mão de obra qualificada nas áreas de modelagem, concepção de jóias, técnicas de vendas e gravação.

A questão da tributação é um ponto especial de reclamação das empresas do setor. A reformulação dos impostos que atingem o setor está sendo discutida de forma genérica no âmbito da Reforma Tributária, em curso no Congresso. Segundo representantes do setor, a simplificação do sistema fiscal, assim como a desoneração da produção, poderiam alavancar significativas melhorias ao setor, reduzindo inclusive a alta taxa de informalidade. Entretanto, eles temem que, ao contrário, recaiam mais tributos sobre a indústria, pela inclusão do segmento de jóias no Imposto Seletivo Federal, que incidiria sobre produtos considerados supérfluos.

Apesar das atuais dificuldades, o setor brasileiro de Gemas e Metais Preciosos mostra um potencial de crescimento significativo para toda a cadeia produtiva, com reflexos positivos no faturamento, na arrecadação de impostos, na geração de empregos, no abastecimento do mercado interno e no incremento do valor das exportações.

Várias ações têm sido realizadas no sentido de reverter o atual quadro da indústria joalheira no Brasil. Encontrase em tramitação no Congresso Nacional o projeto de lei nº 867, que institui o Plano Nacional de Pedras e Metais Preciosos, objetivando o fomento à produção de pedras e metais preciosos e ao desenvolvimento das indústrias de lapidação, ourivesaria, joalheria e bijuteria, todas participantes da cadeia de agregação de valor do setor de jóias.

Além disso, encontram-se em curso programas visando a capacitação das empresas para atuação no mercado internacional. Conforme exposto, o Brasil exporta a maior parte do ouro que produz em forma de barras, fios e chapas. A jóia de ouro apresenta uma agregação média de cerca de 10 vezes o valor do metal. Portanto, é de grande interesse o aumento das exportações de jóias de ouro, agregando maior valor à produção brasileira, com benefícios à economia e ao desenvolvimento social do país.

Nesse sentido, destaca-se o PSI – Programa Setorial Integrado de Apoio às Exportações, que se destina preferencialmente às empresas de menor porte, exportadoras ou com potencial de exportação, dos segmentos selecionados: gemas lapidadas, obras e artefatos de pedras, jóias, folheados de metais preciosos e produtos de metais preciosos destinados à indústria. Atualmente, o PSI conta com a participação de aproximadamente 200 empresas, que se beneficiam de ações preparadas pelo programa, como: reuniões, seminários e *workshops* de conscientização; cursos em comércio exterior; estudos de mercado; adequação dos produtos às exigências dos mercados; participação em feiras e missões no exterior; publicidade em veículos especializados estrangeiros; rodas de negócio; e fortalecimento das feiras internacionais no País.

O Programa, que é uma iniciativa conjunta do governo brasileiro e da iniciativa privada, representados respectivamente pela APEX/SEBRAE e pelo IBGM, se integra ao PEE (Programa Especial de Exportações, conduzido pela Câmara de Comércio Exterior da Presidência da República-CAMEX) e tem atuação descentralizada nos principais estados com potencial de exportação, através de uma rede integrada de apoio às empresas, principalmente nas áreas de treinamento, capacitação tecnológica e marketing.

As metas constantes do PEE envolvem elevação nas exportações de jóias de ouro até 2002, atingindo-se US\$150 milhões.

Metas de Exportação – PEE

Produtos Industrializados	US\$ milhões			
	1999	2000	2001	2002
Pedras Lapidadas	90	120	160	200
Obras/Artefato de Pedras	15	25	35	50
Joalheria de Ouro	40	60	100	150
Folheados Metais Preciosos	10	15	20	30
Produtos para a Indústria	70	90	100	120
Total	225	310	415	550

Fonte: IBGM

Para o atingimento destas metas foram definidas as seguintes ações de suporte: financiamento à exportação, promoção comercial, programas de qualidade e tecnologia, gestão empresarial e disseminação da cultura da exportação, acesso a novos mercados, gestão pública, ajustes de normas cambiais, investimento para exportação.

Destaca-se ainda que há uma grande fatia do mercado nacional a ser explorado pela indústria. Se toda a produção brasileira fosse direcionada ao mercado interno, ainda assim atender-se-ia a apenas 48% do consumo brasileiro. As importações brasileiras do setor, na maior parte informais, vêm crescendo e as oficiais atingiram US\$1,8 milhão em 1997. Entretanto, a atual taxa de câmbio encarece o produto importado, desfavorecendo as importações em prol do produto nacional. Haveria, portanto, boa perspectiva de expansão da indústria no mercado local não fosse a pesada carga tributária e as dificuldades de financiamento do setor.

Pelo alto valor das matérias-primas, nota-se que alguns segmentos da indústria possuem características bastante peculiares quanto a assunção de financiamentos, necessitando de maiores somas de recursos para fins de capital de giro.

Nesse sentido, e dentro da proposta de incentivo das exportações do setor, o BNDES abre alternativas de financiamento ao segmento através das linhas normais disponibilizadas pelo BNDES exim.

Ficha Técnica:

Maria Lúcia A. de Andrade – Gerente

Luiz Maurício da S. Cunha – Economista

Guilherme Tavares Gandra – Engenheiro

Caio Cesar Ribeiro

Editoração: GESIS/AO2

Telefone: (021) 277-7184/ 277-6891

Fax: (021) 240-3504